

## PRIME NEWS

## Davantage de capacité en octobre pour TPT

Pour les vacances d'octobre, des capacités additionnelles ont été mises en place au départ de Genève sur Hurghada, Charm el-Cheikh et sur le Nil. Outre les traditionnels bateaux, le très célèbre S/S Sudan est proposé, de même que la «Flâneuse du Nil», magnifique Dahabeya naviguant à la voile. Dans le cadre du nouveau flyer Desert prévu pour la fin août, une nouvelle randonnée de 8 jours au cœur du désert Blanc est proposée. Voyage en petits groupes (5 à 15 personnes), départs garantis d'octobre 2009 à mai 2010, accompagné d'une caravane de chameaux qui transporte les bagages. **Egypte/mer Rouge page 12**

## Feu vert de l'UE au deal AUA/Lufthansa

La Commission européenne a donné son feu vert à la reprise d'Austrian Airlines par Lufthansa et à l'aide portant sur la restructuration à hauteur de 500 millions d'euros. Plus rien ne s'oppose ainsi à la reprise de la compagnie autrichienne par Lufthansa. En parallèle, le nombre de cadres sera réduit à tous les niveaux de 45% environ (actuellement, 347 personnes). Le programme complet de restructuration du groupe Austrian prévoit jusqu'au milieu 2010 la réduction du nombre de poste à plein temps à environ 6500.

## Chute du bénéfice à l'Aéroport de Zurich

Au cours des six premiers mois de l'année, l'Aéroport de Zurich a dégagé un résultat positif de CHF 47,2 millions, chiffre correspondant pourtant à une chute de 40,9% par rapport au premier semestre de l'an dernier. A CHF 395,7 millions le chiffre d'affaires est en baisse de 6,8% alors que l'EBITDA (CHF 188,2 millions) fait état d'un recul de 16,9%.

## Lettonie-Suisse au départ de Berne/Belp

Arrow Tours et Skywork Airlines proposent un arrangement forfaitaire pour le match de qualification à la Coupe du monde 2010 qui opposera à Riga, la Lettonie à la Suisse (mercredi 9 septembre). Il s'agit là de l'unique offre du genre proposée depuis Berne/Belp. L'arrangement comprend les vols, une nuit à l'Hôtel Albert (centre), le billet au stade en zone VIP et l'accompagnement.

## Les prix du jour sont tendance

## Helvetic a ouvert les feux en abandonnant la liste de prix. Qu'en pensent les vendeurs?

**Dominique Sudan**

Il y a une semaine, la direction de Kuoni Suisse renonçait à accompagner d'une liste de prix imprimée la nouvelle version de son catalogue d'Helvetic Tours.

**EN SUISSE ROMANDE**, d'autres TOs s'y sont mis avant Helvetic. Jerrycan Voyages, par exemple, y a renoncé et publie ses tarifs sur son site Internet, réalisant au passage d'importantes économies de papier.

**LES PRIX DU JOUR**, sans liste de prix, seraient donc tendance, en tout cas chez les producteurs. Mais qu'en est-il des revendeurs qui sont en contact direct avec la clientèle?



Michel Ayer

Yvan Vasina

«Il est évident que cet abandon est un trend. Helvetic copie en fait ce que les compagnies aériennes ou les TGV Lyria appliquent depuis longtemps. Mais pour un package comprenant plusieurs prestations, cela peut poser un problème aux vendeurs, d'autant que la cible d'Helvetic n'est pas la clientèle d'Internet mais celle, plus classique, des arrangements forfaitaires. Je doute que ces clients-là soient prêts car ils seront contraints de

réserver immédiatement lorsqu'ils se trouveront en face de leur agent et de verser un acompte, avec le risque que le prix soit inférieur le lendemain. Le mécanisme et le fonctionnement de la vente deviennent plus compliqués», analyse Michel Ayer, président de l'association TPA.

**A GENÈVE**, Yvan Vasina (Delta Voyages) est intimement convaincu, et ce depuis des années, qu'un TO est des-

servi par une liste de prix établie à l'année: «Le TO n'a aucune flexibilité avec une telle liste de prix. On constate dans les intervalles que le TO est totalement dépassée avec des prix fixes. La remarque est identique pour le segment à la carte. Dans le balnéaire, ça peut encore fonctionner. Mais aujourd'hui, le taux d'occupation est si bas que les hôteliers multiplient les actions spéciales. A mes yeux, le fait que le client soit contraint de réserver au tarif du jour ne constitue nullement un problème. C'est la loi du marché d'aujourd'hui et la clientèle y est habituée, elle qui est parfaitement en mesure de comparer sur Internet. Mais la décision de Kuoni implique que les agents Helvetic Tours soient d'une très grande réactivité: leur offre au prix du jour doit être soumise au client dans la journée.»

## LE CHÔMAGE PARTIEL, MAIS PAS PARTOUT

Dans le segment Leisure, Kuoni Suisse a sonné la charge au début du mois en introduisant le chômage partiel et en payant la différence de salaire des collaborateurs que la caisse cantonale de chômage ne couvre pas. Le chômage partiel sera maintenu pour une durée de plusieurs mois chez Kuoni, sans que le taux de réduction de travail ne soit fixe dans les secteurs concernés (entre 10 et 40%).

Dans le Commercial, la situation est tendue depuis des mois. En Suisse romande, Carlson, American Ex-

press et HRG ne sont pas épargnés. Si HRG ne fournit aucune indication pour des raisons stratégiques, American Express introduit par endroit le temps partiel. Quant à Carlson, il accorde depuis le début 2009 des facilités en termes de congés payés et transfère le personnel entre les agences en fonction du volume d'affaires, sans chômage partiel. Dixit Marco Dall'Aglio, responsable des opérations en Suisse romande.



DS Marco Dall'Aglio

## Pression des marges, Internet en forme

## Deux études fournissent d'intéressantes informations sur la situation des agences et le comportement des Suisses en matière de réservation.

L'étude 2009 menée par Mondial Assistance/Elvia auprès de 1001 Suisses de 15 à 74 ans montre que 2,3 voyages par année sont effectués en moyenne avec trois nuitées au minimum. Pour 41% des sondés (39% en 2008), la qualité du conseil reste le principal critère de choix d'une agence. 70% des personnes interrogées (71% en 2008) avouent à ce propos demeurer fidèles à une agence donnée. La tendance aux réservations anticipées se confirme comme l'an dernier, avec un taux identique de 69%

de personnes procédant à la réservation plus de quatre semaines à l'avance. 12% des sondés continuent à réserver au plus tôt deux semaines avant le départ.

Internet consolide sa position comme élément décisif dans le choix d'un voyage (40% des citations) et précède les recommandations de tiers (39%) et les catalogues (30%). A 48%, les gens choisissent des compagnies régulières et des Low Cost, la fidélité aux transporteurs classiques grandissant plus l'âge est avancé. En matière de réservation aérienne, plus de la moitié (58%) passe par Internet et 41% via une agence. Pour ce qui est des arrangements forfaitaires, 23% des sondés réservent chez un TO alors 23% des gens

choisissent les prestations de différents TOs. Lorsqu'il s'agit de prestations individuelles, Internet est en tête (53%) et précède les agences (43%).

Dans l'étude menée conjointement par la FSAV et l'Institut des services publics et du tourisme de l'Université de St-Gall, on constate par ailleurs que 85% des agences participantes sont constituées en sociétés anonymes et que 25% restent financièrement indépendantes. Les petites structures se focalisent sur le secteur Leisure alors que les grandes misent aussi sur les voyages d'affaires. Pour 2008/09, les chiffres d'affaires sont restés stables mais le rendement net est sous pression. La baisse des prix et la pression sur les marges subsisteront. **DS**